

论乡镇企业外向型经济发展的趋势

林 晓 (厦门大学国际贸易系, 厦门 361005)

[摘 要] 乡镇企业外向型经济应以乡镇企业集团化、合资合作化、贸工农一体化、东西合作为发展方向。

[关 键 词] 乡镇企业 外向型经济 趋势

[中图分类号] F325.3 [文献标识码] A [文章编号] 1000-6249(2000)03-0081-02

一、乡镇企业外向型经济现状情况

乡镇企业走过了二十年之后, 实现了规模化、集团化, 逐渐成为外贸创汇的主导力量。据有关资料显示, 我国乡镇企业的出口额占全国总出口额的比值, 1989—1997 年加权平均为 35.5%, 而且, 值得注意的是我国乡镇企业的出口值所占比重和总值都呈上升趋势。1996 年乡镇企业出口额为 731.8 亿美元, 比上年增长 11.36%, 占全国出口贸易额的 48.6%, 利用外资的绝对值为 80.5 亿美元, 占全国比重的 19%; 1997 年乡镇企业出口额为 852.6 亿美元, 相对上年增长 16.5%, 占全国总出口额的 38%, 该年利用外资绝对值为 44.9 亿美元, 占全国比重为 6.3%。1997 年 7 月开始的东南亚金融危机给我国出口贸易特别是乡镇企业出口带来重大影响。致使我国乡镇企业出口至 1997 年开始出现滑坡状态, 1998 年乡镇企业出口交货值为 6853.6 亿元, 同比增长 2.5%, 成为历史上增幅最低的一年, 为了化解东南亚金融危机的影响, 国家采取一系列积极鼓励出口措施 (如出口退税提高、出口信贷等), 乡镇企业方面也通过主动调整产品、市场结构和内部挖潜, 取得可喜成果, 外向型经济呈恢复性增长, 1999 年 1—6 月份, 乡镇企业出口交货值 3466 亿元, 同比增长 7.2%。据了解, 目前我国乡企中, 生

产出口产品的企业已发展到 12.4 万多家, 年出口 100 百元以上的企业达 4.7 万家, 经国家批准取得自营进出口权的企业达 2000 多家, 乡镇企业外向型经济已成为全国外向型经济的重要组成部分, 其作用和地位是不可忽视的。

二、制约乡镇企业外向型经济发展因素分析

(一) 规模较小、市场集中、产品单一。从总体上看, 生产出口产品的乡镇企业普通规模偏小, 有 80%—90% 的乡镇企业为中小型企业, 同时多数地区的乡镇企业出口集中在日、韩和东南亚市场。其次, 乡镇企业产品档次不高, 质量普遍低下, 形式单一、老化, 缺乏适销对路的产品, 出口产品中多数企业没有自己的名牌, 特别是附加值及科技含量高的产品十分缺乏, 影响乡镇企业出口产品的竞争力, 致使难以在激烈竞争的国外市场站住脚, 提高商品市场占有率。

(二) 资金紧张。由于历史原因, 政府鼓励外向型中小企业发展的政策, 在一些地区至今仍然没有得到落实, 如出口退税政策、出口经营权申报等, 在一些地区实行起来比较困难。特别是在资金上, 一方面, 银行对乡企的贷款较少, 有的地方甚至停止了对乡镇企业的贷款; 一部分乡企因得不到银行的贷款造成企业流动资金紧张, 影响其业务开展; 另一方面乡企近年来效益下降, 自有资金减少, 自我积

累能力降低, 致使企业不能拿出更多的资金投入发展外向型经济。

(三) 世界性区域经济集团规模不断扩大, 贸易保护主义越演越盛。据不完全统计, 目前, 全世界有各种区域性国家集团 60 多个, 每个区域集团对内实行优惠政策, 对外进行排挤。仅 1995 年欧美等国对我国纺织品出口设立的限制类别竟达 250 个, 总金额 124 亿元, 比 1993 年增加 40%。另外, 环保标准, 技术要求等一系列的贸易保护主义政策不断出台, 反倾销诉讼不断增多, 致使我国出口受到严重的限制, 从而波及到我国乡镇企业外贸出口。

(四) 外贸人才和国际市场信息缺乏。我国乡镇企业大多数是依据数量增加, 没有重视人才培养, 尤其是外贸人员尤为缺乏, 因此缺乏外贸人才的乡镇企业与外商打交道时, 仍依靠或挂靠外贸专业公司和依靠专业公司进行谈判以及接业务订单。其后果, 外贸公司为了自己利益往往把收购价压得很低, 有时会使乡镇企业觉得利太薄, 打击其出口创汇积极性。同时, 信息是市场需求的浮标, 随时影响着企业的生存和发展, 乡镇企业由于受地缘、人缘以及通讯设施的制约, 无法及时了解和掌握市场信息, 即使了解了信息, 又加上人为因素而被忽略。从而使乡企无法变化自己产品适应国际市场需求, 限制其出口扩大。

三、乡镇企业外向型经济改革与发展的趋势

(一) 乡镇企业集团化。随着我国乡镇企业规模的不断扩大,一些全国性、地区性的乡企集团不断出现,至1997年底,全国性乡镇集团已累计达1039家,这些乡企集团的出现,无疑增强了参与国际市场竞争的能力,也是我国乡镇企业发展的一个出路。

组建乡镇企业集团,有其现实主义。一是有利于优化资源配置,实现外销产品多结构。通过组建企业集团,发挥聚集效应,将生产要素向名优产品、骨干企业,优势企业聚集,符合世界经济发展趋势。二是有利于提高企业的知名度,促进国外市场的开拓。三是有利于全面提高企业素质,增强抗御市场波动的能力。一般来说,乡镇自身难形成规模经营,而且品种单调。同行业合作联营道路,组建企业集团,可变小为大,扬长避短,增强在国际市场的抗风浪能力。

为此,乡镇企业应摒弃小生产意识,更新发展观念,改变以往的小生产组织形式。对那些起步早、起点高的有初步外贸活动的乡镇企业,其发展必须加大制度创新和组织创新力度。在制度创新上加大对企业产权制度改革,通过联合、参股、兼并、承包、股份合作,走联合经营之路,提高与国际跨国公司抗衡力度。至于那些实力强、效益好、有拳头产品的乡镇企业,还应积极创造条件,采用主权联合等形式组建企业集团,充分发挥龙头企业的核心作用,带动十几个、几十个普通企业,形成一股强向力的出口,生产经营力量。外向型企业集团是企业打入国际市场必由之路,可以以名牌产品或骨干企业牵头组建外向型集团。这些企业集团可以逐步形成跨地区、跨行业、跨部门、跨所有制、跨国运行机制。从而加速企业自身积累,吸取采纳各种新兴技术,增强在国外市场的竞争力。

(二) 合资合作化道路。通过合资

方式,我们可以借鉴和学习外商的先进管理经验,促进乡企转换经营机制,使其经营更加符合国际惯例,还可以学习,增强开拓国际市场能力,提高出口商品质量档次,并能带动外商实业投资,促进相关产业的发展,更好地利用国外市场及资金,为发展我国乡镇企业对外贸易现代化服务。

不同条件及地点可采取不同合资合作方式,一是对外向型人才、技术、资金缺乏的中西部分乡镇企业,应立足于本地,利用自然优势,依靠当地劳动力和资源丰富的优势,开发劳动密集型为主的合资合作项目,发展一批劳动密集型的出口加工产业和高耗能产业,以保持乡镇企业劳动密集型产品的出口势头。二是利用乡镇企业经营机制灵活的特点,大力发展来料加工贸易和边境贸易;三是有实力的东部乡镇企业,一方面可依据自力优势发展资本,技术密集型的合资合作项目,促进出口产品结构升级换代,另一方面可在海外建立合资合作企业,绕过贸易壁垒占领对方市场。

(三) 贸工农一体化方式。随着创汇农业发展,农副产品出口在中国的出口中将继续占有一定的地位,实行贸工农一体具有重要意义。首先,大力开发农产品资源的机遇,为乡镇企业外向型经济的发展奠定了物质基础。其次,农产品资源的利用和加工的机遇,为乡镇企业提供了用武之地。乡镇企业可利用自身的资金和技术优势,大力兴办加工业,将农产品资源转化为国际市场上适销对路的商品。在这个过程中,乡镇企业不仅自身将得到发展,而且促进了我国外向农业的发展。再次,贸易公司或有自营进出口权的乡镇企业将为农产品生产提供大量市场信息,为发展外向型企业提供便利的条件。乡镇企业应当瞄准国际市场,尽快开发和加工具有鲜明的地方特色的农产品资源,满足国际市场的需求,并不断地扩大和占领国际市场。乡镇企业通过内联特色资源产地,外联国

际市场、实行贸工农一体化。

目前贸工农一体化的方式有以下几种:一是对于实力较强的乡镇企业,可以与农民或农民组织联合,根据国际市场要求,先期投入一定数量的资金,支持农民或农民组织开发适销对路的农产品资源。同时,不断提高产品科技含量和附加值。通过产品的系列开发,进一步占领国际市场。二是对于拥有大量同类资源的地区,乡镇企业要在开发高、精、优产品上,投入大量资金保持地方资源的特色,创立自己的名牌产品,形成地方的拳头产品和优势龙头企业,扩大对国际市场影响。三是乡镇企业要根据产品所确立的消费国别、消费对象、消费时间,制定营销计划,建立营销网络。采取各种有效的促销方法,努力开拓国际市场。乡镇企业在促进农产品销售中,进一步确立自己的中心地位,形成内联农产品基地,外联国际大市场格局。以农产品资源的开发带动国际市场开拓,反过来,又由市场的开拓进一步带动多种农产品资源的开发。乡镇企业要在开发农产品资源中求发展,在开拓国际市场中求生存。

(四) 走东西合作之路。就全国乡镇企业外向型经济发展来讲,存在着很大不平衡性。在市场经济条件下这种情况恰恰为东西部乡镇企业共同走向国门,以及自身进一步发展提供了机遇和挑战。东部地区乡镇企业较为成熟,恰好可发挥资金、人才、管理和区位优势,大力发展技术资金密集型的外向型产业,把一些劳动密集型、资源加工型产业向中西部地区转移,东部乡镇企业也可到西部办厂或投资,按互惠互利原则,开展联合与协作;中西部则可发挥资源和劳动力优势,发展相应产业出口产品,并注意提高深、精加工水平,增加产品附加值,同时实施“四引进”战略,即从东部地区引进人才、资金、技术、设备,走东西合作和以东带西,以西促东,携手共进的外向型的发展道路。

(责编:水)